人文社科专著众筹OA出版发展现状和思考*
——以Open Book Publishers和Knowledge Unlatched为例

■ 徐志玮
天津理工大学图书馆 天津 300384

摘 要：[目的/意义]梳理人文社科专著众筹OA出版的发展现状，分析具有公益性特点的OA出版物和具有商业性特点的众筹出版所引起的冲突，以期对学术专著众筹出版提出有价值的思考。[方法/过程]从发起者、投资者和众筹平台3个基本要素梳理Open Book Publishers和Knowledge Unlatched的众筹模式，比较异同点，探讨两者在竞争中引起的问题。[结果/结论]目前，欧美国家的学术专著众筹出版分为高校、众筹商和OA出版社3种模式。Knowledge Unlatched是期望通过对图书馆的优质服务获得收益的众筹商，Open Book Publishers是借助网络开展众筹出版的OA出版社，两者属于商业化大型公司和非营利性OA出版社的竞争关系，在OA出版物的商业化开发、财务公开透明、垄断性的销售模式和审核制度方面值得高度关注。

关键词：众筹出版 人文社科专著 Open Book Publisher Knowledge Unlatched 高校OA出版社 众筹商
分类号：G25
DOI：10.13266/j.issn.0252-3116.2020.22.008

1 引言

成立于2012年的Knowledge Unlatched(KU)和成立于2008年的Open Book Publishers(OBP)是活跃在OA学术专著出版行业的企业，KU已经发行了2 000多种专著，OBP则出版了将近200种专著，两个公司目前运行良好。2019年5月16日，KU宣布了一个新的人文社科(Humanities and Social Sciences，HSS)学术专著出版计划Open Research Library(ORL)，该计划旨在把20 000余种分布在不同开放平台的OA专著统一到一个平台，为读者提供无缝搜索体验，帮助图书馆获得一系列出版商的独家服务，学术机构则能简化付款流程。2019年5月21日，OBP发表声明，表示不会加入ORL计划，并对ORL进行了抨击[1]，至此，KU和OBP的激烈竞争关系彻底公开化。为此，笔者从众筹视角对KU和OBP的出版模式进行梳理和分析，对HSS众筹出版现状进行反思，以期获得有价值的参考依据。

2 国内外相关研究综述

欧盟于2018年发布了激进的Plan S计划，进一步推动了期刊和学术论文的开放获取出版，但是，人文社科专著的OA出版活动则远远落后于学术期刊，主要存在三方面原因：①HSS专著的出版费用非常昂贵，即使采用BPC(Book Processing Charges)方式，期望降低OA出版的费用，但是，依然让作者无法承受；②HSS的学者很少能获得科研资助组织的资金支持；③OA专著的学术质量和评价机制受到更多的质疑，还有待完善。为此，部分出版商和高校希望借助众筹模式，借此分散出版资金，降低出版成本和风险，减少作者的出版压力。

目前，欧美国家主要以实践性的创新项目进行推动，高校、出版社和相关企业都在积极涉足，KU和OBP就是其中较为成功的企业，部分有OA出版经验和资金雄厚的高校也在积极开展类似活动。在学术研究方面，主要包含两方面内容：①系统性地对OA专著出版进行总结和分析，F. Dodds[2]对近年来的OA专著出版进行梳理，总结出目前普遍采用BPC、免费增值服务费、印刷销售、合作、机构资助、捐赠、众包等出版方式，认为专著的纸本销售将出现更多下降，下降部分将会

* 本文系2018年天津市哲学社会科学规划研究项目“美国高校iSchool和图书馆的数字人文理论和实践研究”(项目编号：TJTQ18-007)研究成果之一。
作者简介：徐志玮(0000-0001-5808-345X)，副研究馆员，硕士，E-mail：juliexu@sina.com。
收稿日期：2020-05-15 修回日期：2020-09-02 本文起止页码：77-84 本文责任编辑：徐健

被电子书的销售所填充，电子书的销售会在未来5年超过纸本书，但是，考虑到资金的挑战，OA专著出版的增长会比较缓慢，除了少数大型出版商和高校出版社可能仍然能够吸引最好的作者和可用的OA资金外，大部分出版商将面临更难操作的困境，更多的出版行业将会被营利性出版机构所取代。G. Sara等[3]则对专著OA出版的技术问题进行了探讨，认为图书出版商采用DOI的速度太慢，影响了电子书的出版和OA专著的学术评价机制的建立，并提出了“信息供应链（information supply chain）”的概念，即把电子书的书目数据和相关数字内容转化成读者易于检索的过程绘制成一个标准化的组织网络链接图，同时建议：为了降低出版成本，除了获得公益性机构和科研基金的支持外，需要加强所有利益相关者之间的协调合作。J. Adema[4]对Knowledge Exchange于2018年11月在布鲁塞尔召开的会议“Stakeholder Workshop on Open Access and Monographs”进行了总结，从不同利益相关者（资助者、政策制定者、基础设施供应者、作者、出版社、高校）的视角进行了探讨，并提出建议，比如：高校要积极与HSS的学者建立互动机制，以了解学者对OA专著的关注度，并在OA强制出版政策和激励政策方面找到平衡点；出版社要透明公开OA专著出版的实际成本，并探索替代BPC的其他筹款模式；图书馆需要把OA专著的可持续需求列入图书馆的未来发展目标中，探讨不同出版社的收费标准，以帮助作者做出正确的选择。A. Jobmann等[5]对德国“National Contact Point Open Access OA2020-DE”项目进行了介绍和分析，该项目设计了一个HSS的OA专著商业出版模型，结合图书馆资助、协作联盟和印刷销售收入等模型要素，开发出一个对出版社和图书馆双方都可持续、可管理和可扩展的开放式电子书业务模型，该模型首先由专业信息服务组织（Specialised Information Service，SIS）、作者和出版社依据OA2020-DE政策，制定专业书单，价格基于透明的计算方式获得，然后，通过SIS和图书馆联盟的网络系统进行众筹，并预计销售的增值服务收入，众筹达标，则OA出版，否则，非OA出版。②对众筹项目进行案例分析，T. L. Reinsfelder[6]认为学术出版物的众筹OA出版模式可以减缓昂贵的APC（article processing charges）和BPC费用，并分析了10个包括KU和OBP的众筹出版项目，比较了众筹和传统订购模式的价格，数据显示：众筹能让图书馆资助更多的论文和图书的出版。B. Chris[7]重点介绍了KU、Unglue.it和Reveal Digital（RD）3种利用图书馆资金进行众筹的不同OA出版模式，KU把图书馆的筹款用于出版专著和期刊论文，Unglue.it从个人和图书馆获得出版专著的资金，而RD则把图书馆会费用于OA馆藏资源，这些馆藏包括：专著、期刊、报纸、特藏等符合特定主题的数字化资源，作者没有进一步比较三者之间的异同。

国内的研究主要也分为两方面：①对欧美实践性项目的总结和分析。魏蕊等[8]把包括OBP在内的20个OA出版项目的商业－出版模式进行了剖析，归类为机构资助、OA出版成本支付、合作出版、复合内容出版、免费内容＋增值服务和其他方式6种模式；郑雯译等[9]则认为：HSS出版模式分为免费增值、众筹、图书馆资助和教师职称补贴4种模式，并把KU归入图书馆资助模式；魏静秋等[10]认为KU属于众筹模式；李瑾和盛小平认为[11]，学术图书OA出版模式的最佳要素组合包括作者、非盈利性出版者、文献组织或机构、公共资助者，他们通过合理分工与密切合作，共同实现学术图书OA出版的可持续健康发展；朱本军等[12]探讨了开放获取图书的“传统出版—数字化—开放获取模式”“在线OA出版—开放获取模式”和“自存档—开放获取模式”3种模式；张建中等[13]对Freemium模式进行了分析，认为Freemium体现了互联网时代的特征，融合了互联网时代的前沿技术，代表了未来专著出版的一个重要路径；魏蕊[14]从运营机制、出版模式、服务方式与合作项目等几个方面，调查和分析了欧洲开放出版网络（OAPEN）相关的理论研究与实践进展；宁圣红[15]对KU的使命、运作、管理、经济、法律和成就等方面进行了分析。②对商业众筹出版模式的反思，任翔[16]肯定了KU的众筹模式，认为KU提供了专著出版的根本产品－内容和专著出版的最终资金来源－图书馆经费之间的直接对话；马瑞洁[17]指出众筹出版很可能带来文化垄断而非文化多元，以众筹取代选题从而降低出版风险的构想，更有可能导致流行文化泛滥、知识沟不断扩大的局面；王慧等[18]认为Unglue.it众筹出版业务尽管运用了互联网众筹的新型模式，但其思维仍没有脱离传统出版模式。

总之，欧美国家开展了众多实践性项目，高校出版社和图书馆合作趋势增强，营利性公司和OA出版社也在积极组织和参与，积累了很多出版经验。国内的研究主要还是对国外项目的梳理和分析上，从不同角度探讨OA出版的各种模式，KU的划归则比较混乱，有认为属于众筹模式，也有认为属于图书馆资助模式，而国外学者普遍认为KU和OBP有众筹的特点。笔者认为：KU采取的是一种直接面向图书馆的筹集出版经

费的活动,具有众筹的性质。综述发现了两个重要问题:第一,缺乏系统性地比较 OA 专著众筹出版项目之间异同的研究,也就无从了解各自项目的优缺点,如果让图书馆、出版社和政策决策部门从中选择的话,不能提供理论依据;第二,部分论文对众筹出版进行了反思,但只是把图书作为一种商业产品进行的思考,而 HSS 专著的众筹 OA 出版主要利用了公共资金和公益性资金,这种特殊性导致围绕其开展的众筹商业活动受到质疑。

3 HSS 专著众筹 OA 出版发展现状概述

目前,从运营者属性的视角进行考量,欧美国家存在 3 种众筹模式:高校、众筹商和 OA 出版社。

高校模式就是高校组织的项目,主要存在两种方式:①高校联盟利用自身号召力开展的高校间的合作项目,如美国大学协会、美国研究图书馆协会和美国大学出版社联盟于 2017 年开展的 TOME(Toward an Open Monograph Ecosystem)项目,美国文理学院图书馆联盟欧柏林集团于 2013 年开展的 Lever Press 项目。②拥有良好的出版经验和经费的独立高校组织、其他高校参与的项目,如美国加州大学出版社于 2015 年开展的 Luminos 项目。筹款方式以奖励为主,按照图书馆等级标准收取不同会费,会员享有购买折扣,另外,高校、基金和纸本/升级电子版的 Freemium 销售费也是重要的收入来源。

OA 出版社模式是指有 OA 出版资质的出版社组织的项目,一般是有社会公益性资金支持的非营利性组织。OBP 是目前英国最大的独立性 OA 学术专著出版社,是 OA 出版社的典型代表。该模式的筹款方式包括奖励和捐赠两种,图书馆属于奖励性投资者,会员享有购买折扣,捐赠方式涉及个人、慈善组织、学术团体、志愿者等,而公益性出版经费、纸本/升级电子版的 Freemium 销售额也是重要的收入来源。

众筹商模式是指营利性公司组织的项目,带有明显的商业性质。众筹商既不是出版社,也不是高校,而是连接图书馆和出版社的中介,是一种特殊的发行商。KU 是一家跨国经营的众筹商,总部注册地在德国(最初注册地在英国),在美国、英国和澳大利亚有分支机构。该模式主要从图书馆获得筹款资金,是图书馆集体愿意支付的费用与出版商集体愿意收取的费用之间微妙的平衡行为的结果,纸本/升级电子版的 Freemium 销售额也是重要的收入来源。

一般来说,高校模式的规模一般较小,出版数量不多,以学术交流和传播为目的,主要的出版经费在高校范围内予以解决(包括作者获得的基金),牵扯的利益相关者较少,商业气息不浓,经营意图不会受到质疑。而众筹商和 OA 出版社的经营意图没有高校单纯。KU 希望通过对图书馆的优质服务,获得较高的收益。OBP 的众筹方法较多,为了不让出版项目亏损,动用了较多的社会公益性资金。因此,这两种出版模式涉及到商业活动,就容易受到关注和质疑。

4 KU 和 OBP 的众筹运行机制

从众筹视角考量,众筹项目的 3 个基本要素是发起者、投资者和众筹平台。在商业众筹出版中,发起者一般是有作品而无出版经费的作者或出版社,投资者是看到图书商机或有个人意图的网民,发起者和投资者依托众筹平台开展众筹活动,众筹平台负责活动的审核、组织、政策制定等管理工作。

4.1 KU 的众筹运行模式

KU 的 3 个基本要素如图 1 所示:

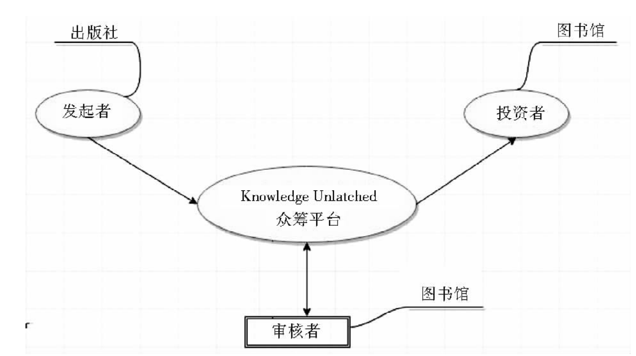


图 1 KU 的发起者、投资者和众筹平台三要素关系流程

KU 的发起者一般是出版社。出版社经过作者的同意,向 KU 进行推荐,头版书和再版书都能申请。出版社的推荐书单需再交由 KU Select 委员会(目前由 180 多名世界各地的馆员组成)进行审核和投票,确定最后的众筹书单。

KU 的投资者基本上是高校图书馆。截止到 2020 年 5 月 4 日,有 600 多家图书馆会员,其中,美国 248 家、英国 85 家、德国 67 家、法国 45 家、加拿大 29 家、澳大利亚 28 家,以及其他欧盟国家和极少数亚洲高校。会费分为两种:一种是非固定会费,根据投资者数量分摊出版费用;另一种是固定会费,KU 与不同出版社合作出版特定学术领域的图书和期刊,比如:KU 与劳特利奇(Routledge)出版社合作出版"非洲研究(African Studies)"专著,会员价格是 4 865 美元/年,每年秋季出版 50 本专著,需入会 3 年,KU 与 IberoamericanaVer-

vuert、PeterLang 和 DeGruyter 出版社合作出版法语和西班牙语的 HSS 专著,入会价格与会员数量成反比,当筹集到 16 个会员时,价格是 5 765 美元/年,筹集到 40 个会员时,入会价格是 2 310 美元/年,每年出版 12 本专著,需入会 3 年。

KU 的众筹平台是连接图书馆和出版社的核心要素,从网站可以获得的主要信息有:①经营目标、方针、愿景、政策等;②投资者宣传信息,通过大量网页向图书馆描述各种优质的服务内容;③出版社宣传信息,目前有 100 多家出版社参与 KU 的众筹项目;④最新项目 ORL 介绍;⑤众筹结果的处理,经过 KU 发行的电子书链接到了最新开发的 ORL 网站,提供 PDF 的在线阅读和下载;⑥社区合作信息,KU 建立了一个庞大的、跨世界的图书馆、出版社、开放平台和各种联盟的合作网络。

4.2 OBP 的众筹运行模式

OBP 的 3 个基本要素如图 2 所示:

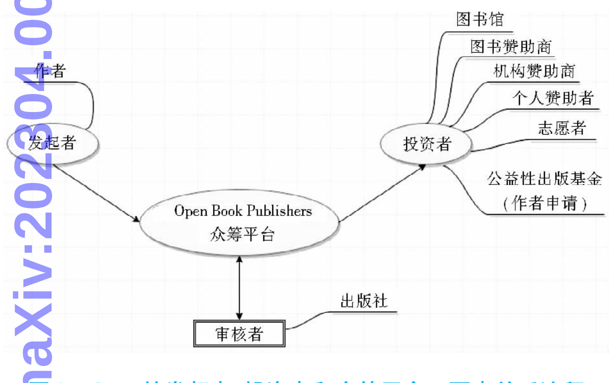


图 2 OBP 的发起者、投资者和众筹平台三要素关系流程

OBP 的发起者一般是作者,作者向 OBP 申请提案,稿件必须是头版书,出版社对作者提案进行审核,获批后,作者需在 12 个月内提交稿件,OBP 收到稿件后,交由至少 2 位专家进行同行评审,确定最后的众筹书单。

OBP 的投资者包括图书馆、基金委员会和捐赠者。截止 2020 年 5 月 4 日,图书馆会员共计 172 家,大部分是高校,其中,美国 59 家、英国 55 家、欧盟 34 家,没有亚洲国。图书馆会费固定为 500 美元/年,每年承诺出版 20 本左右的专著和教材。其他投资者包括:①个人购买纸本和升级电子版专著,捐助给喜欢的图书馆;②基本出版费捐助者,25 英镑 1 页,600 英镑 1 章,5 000英镑 1 本书,机构捐助者则可以获得购买折扣;③志愿者服务,主要从事营销、编辑和文本处理等工作;④鼓励和协助作者申请公益性出版基金,如果作者无法获得资金,作者可能需要承担部分编辑工作。

OBP 众筹平台的主要信息包括:①经营方针、目标、愿景、政策等;②众筹结果的处理,OBP 网站就是 OA 出版物的存储平台,PDF、HTML 和 XML 格式可以在线阅读和下载,电子书格式(EPUB 和 MOBI)收费低廉,纸质版可以在亚马逊、谷歌等商业书店出售,另外,免费电子书在 Open Edition、DOAB、Worldreader 和 Unblue. it 上有链接,教材则在 MERLOT、Open Textbook Library 和 College Open Textbooks 上有链接;③投资者宣传信息,图书馆会员制度介绍,作者申请出版基金所需的材料,包括 OBP 出版的 OA 专著所获得的各种奖项,帮助作者提高申请的成功率,捐助者权益介绍;④社区合作信息,主要是与其他出版社和开放平台的合作;⑤开源软件开发,OBP 除了出版 OA 图书外,也参与各种基于出版社的免费软件开发项目,如 XML 发布软件和 OA 专著使用情况的数据统计。

4.3 KU 和 OBP 的发展现状

KU 的 ORL 和 OBP 的 COPIM(Community-led Open Publication Infrastructures for Monographs)是两家公司最近主推的项目。

ORL 主要包含三方面内容:①将全球 20 000 多种分布在不同开放平台的 OA 图书整合到一个统一平台,优化查询质量,满足用户的无缝检索体验;②图书馆和出版社之间的所有交易都流经 ORL 这个统一的中央枢纽,方便从图书馆/大学向 OA 出版社付款,降低交易和管理成本;③为图书馆提供个性化服务,图书馆会员实行分级制度:1 200 美元/年的基础会员和 2 400美元/年的高级会员,需要签三年合同,基础会员的服务内容包括:个性化的 COUNTER5 使用统计、列入 ORL 支持名单并能为 ORL 的发展提供建议,高级会员除了基础会员的权益外,增加了个性化的图书馆微主页、个性化内容显示和 MARC 定制记录等。

OBP 的 COPIM 则希望通过和其他 OA 出版社的合作,扩大和维护自身业务。OBP 于 2018 年和 4 家非营利性 OA 出版社 Mattering Press、Meson Press、Open Humanities Press、Punctum Books 成立了 ScholarLed 联盟,2019 年 6 月 14 日,ScholarLed 协同其他几家学术机构推出了 COPIM 项目,该项目得到了专门研究开放获取的“研究英国委员会(Research England,英国研究与创新基金会的一部分)”的 220 万英镑的资助。COPIM 的主要目标是构建一个学者主导、分布式、全球联网、跨机构协作的适合 OA 出版社运作的学术交流基础设施模型,解决微小出版社与大型学术机构之间交互时所产生的障碍。COPIM 的主要内容:①实现经济可持

续性发展的、更公平的非BPC商业出版模式;②研究用于数字图书和元数据的技术管理的新基础架构;③增强出版前后社区内的同行评审协议;④探索支持青年学者的出版新模型;⑤建立多模式和数字化相结合的协作出版编辑新模式。

4.4 KU和OBP的经营异同分析

KU最初注册地在英国,是一家非营利性公司,后来搬迁到德国,经营属性发生变化,官方网站没有显示"非营利性(not-for-profit)"字样,是一家大型跨国公司。OBP是目前英国最大的独立性学术专著OA出版商,官方网站显示是一家"非营利性"社会企业。

4.4.1 经营重合度

(1)KU和OBP的业务范围高度相似,以OA方式出版英语类HSS学术专著为主。截止到2020年8月29日,经过KU发行的2 000多种OA专著涉及41个学科,OBP出版的173种专著涉及23个学科,OBP的21个学科(除了Cinema和Digital Humanities)也是KU出版的学科。KU的学科分类更为细致,41个学科下边又划分了多个分支学科。表1是OBP出版数量排名前5种学科名称和数量以及KU对应学科的对比,从表1可以发现:OBP在语言、历史、政治、宗教、哲学等学科出版数量最多,但远远低于KU。KU还出版少量数学、科学、技术、工程等STEM学科,也出版30多种OA期刊,OBP则出版少量教材。

表1 OBP出版数量前5种学科和KU学科对比

OBP出版数量前5种学科		KU对应的学科和出版数量	
学科	数量	学科	数量
Literature, Language and Culture	87	Language Arts & Disciplines	301
History and Biography	32	History/Biography & Autobiography	865
Economics, Politics and Sociology	28	Political Science/Business & Economics	998
Anthropology, Archaeology and Religion	26	Religion	164
Philosophy	20	Philosophy	144

(2)KU和OBP的会员重合度较高。KU和OBP的图书馆会员主要来自于母语为英语的国家的高校,OBP的59家美国会员中的46家也是KU的会员,美国的8所常春藤高校哈佛大学、宾夕法尼亚大学、耶鲁大学、普林斯顿大学、哥伦比亚大学、达特茅斯学院、布朗大学及康奈尔大学中,没有参与OBP而参与了KU的是康奈尔大学和布朗大学,两者都没有加入的是哥伦比亚大学,其余5所都是两者的会员,而加州大学系统都是两者会员。OBP的55家英国会员中的39家同时加入了KU的会员计划,英国的剑桥大学、帝国理工大学、杜伦大学、华威大学等知名高校都是两者的会员,牛津大学都没有加入。

(3)KU和OBP的合作伙伴有重合。两者加入多个相同的开放出版合作联盟,比如,两者都是OPERAS(European Research Infrastructure for the develop of open scholarly communication in the social sciences and humanities)的会员。OPERAS是由16个国家的40个组织开展合作的OA专著出版项目,主要在欧洲进行活动,KU和OBP是其中的普通会员。

(4)KU和OBP网站显示的愿景相似。KU的愿景是:建立一个可持续发展的OA出版市场,让全世界的每个读者都可以免费获取学术内容。OBP的愿景是:相信知识应该为所有人所用,努力创造一个所有读者均可免费获得所有研究成果的数字图书世界。

4.4.2 经营差异性

(1)投资者收费差异。KU的会费远远高于OBP的会费,KU收取的会费是图书馆和出版社经过协商后的妥协价格,KU作为中介,不存在出版经费亏损问题。OBP的图书馆会费每年固定为500美元,其他收入来自公益性资金和销售额,笔者在OBP的官方微博上获得了2015年[19]和2019年两年的财务收入(见图3)报告[20],2015年计算单位是美元,2019年则改为英镑。2015年总收入19.79万美元,其中,16%来自于图书馆会费,42%来自于捐赠和公益性出版资金,42%是纸本和升级版电子书的freemium销售费;2020年总收入则增加到18.68万英镑(折合24.82万美元),其中,23%来自于图书馆会费,32%来自于捐赠和公益性出版资金,44%来自于销售。两年数据表明:图书馆会费收入在增加,捐赠和公益性资金收入占比在下降,而Freemium基本保持平衡。

(2)经营方针不同。KU的投资者主要是图书馆,KU给予图书馆充分的众筹书单的决策权。OBP的发起者是作者,出版社找专家进行同行评审,这与传统出版社的出版前期审核流程相似,图书馆只是OBP的投资者之一,作者申请的公益性出版资金是最重要的经费之一(见图3),当然,随着图书馆会费的不断增加,OBP意识到图书馆应该占据更重要的地位,COMIP的经营方针中也特别强调要与图书馆建立可持续性的合作关系。

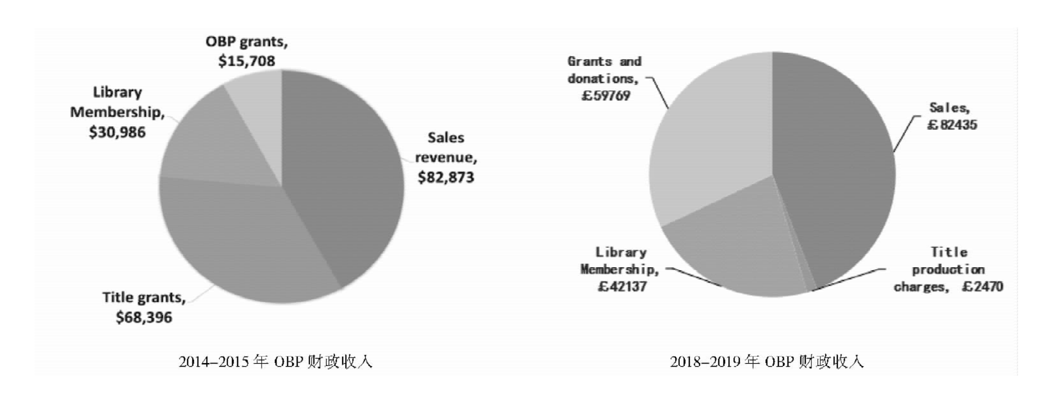


图 3 OBP 的 2015 年和 2019 年财年收入示意

（3）OA 出版物的免费内容不同。首先，KU 的出版物包括头版和再版书，OBP 只出版头版书；其次，KU 只提供 PDF 一种免费格式，OBP 除了 PDF 外，还提供 XML 和 HTML 的免费格式，OBP 的 epub 和 mobi 格式的收费只有几美元，价格低廉。

（4）未来发展目标的差异。KU 的发展目标就是把分布在不同开放平台的 OA 专著汇集到一个平台，建立一个连接图书馆和出版社的世界级社交合作网络，锁定利益相关者，通过提供优质的服务，提高销售额。OBP 则希望联合其他 OA 出版社，建立一个既能独立运营又能增强协作的适用于出版社的 OA 专著出版社联盟。

5 对 OBP 和 KU 模式的思考

KU 和 OBP 的发起者是作者或出版社，类似商业众筹出版的发起者，投资者是图书馆、高校、公益性组织、科研资助机构和捐赠者，与商业众筹出版的投资者类型不同，也决定了 KU 和 OBP 的出版物具有公益性质。但是，众筹和经济又有密切的关系，造成公益和营利的矛盾。另外，KU 和 OBP 的经营范围和投资者高度重合，但 KU 的经营规模远超 OBP，两者的商业竞争关系变得复杂。

5.1 公益性文化产品能否通过大型商业开发获得收益

由于科技发展和资金的限制，现在的 OA 出版物被存储在不同的开放平台。KU 通过国际合作项目 ORL，把不同平台上的 OA 出版物进行大规模汇集和商业开发，以赚取用户的服务费，这种商业模式受到质疑。第一，众筹 OA 学术专著的出版经费大部分来自于拥有公共资金和公益性资金的投资者，ORL 对免费的 OA 专著进行大规模的加工处理后对图书馆会员进行收费，相当于把公共和公益性资金流向了大型商业公司，让本来可以免费获得资源的图书馆，反而增加了财政负担。第二，ORL 通过向学术社区提供基本的免费服务，迅速占据 OA 专著出版的主导地位，锁定用户和利益相关者，势必削减和 KU 经营重合度极高的出版社的竞争力，损害非营利性 OA 出版社的利益。第三，DOAB、OAPEN、Open Edition、unglue. it 和 Project Muse 等项目已经在做 ORL 的工作，只是没有 ORL 的规模大，而且，这些开放平台也允许图书馆轻松集成到书目目录中，重复工作的意义难免受人怀疑。第四，从图 3 可以看出，OA 出版物的 freemium 销售额是重要的收入来源，作为一家营利性公司，KU 仅提供一种免费格式，是否存在刻意扩大销售额的意图，值得商榷，而且，也会降低 OA 出版物的重用，降低 OA 出版物的开放价值。

5.2 公开透明程度不明朗

2013 年 4 月，科学欧洲（Science Europe）发布了《向开放获取学术出版物过渡的共同原则》（*Common Principles on the Transition to Open Access to Research Publications*），明确表示开放获取的出版费用需要透明公开。S. Lawson 等[21]指出：由于公共组织、高等教育机构、学术团体、研究人员和出版社之间复杂且不透明的资金流动网络，很难分析和评估资助学术研究的 OA 期刊出版新模型的效果。笔者在网络调查 KU 和 OBP 的财务状况时，除了 OBP 公开了 2015 年和 2019 年的销售收入外，没有获得其他有价值的数据，这就需要引起各方利益相关者尤其是图书馆的高度关注。在传统图书馆订阅模式中，捆绑掩盖了成本，部分出版社要求图书馆签订的保密协议，以及其他形式的财务不透明状况，导致图书馆承担了过度的财务负担，也让出版社获得了高额的财富积累。目前的 HSS 学术专著 OA 出版模型还处于发展的初期阶段，如果不能在早期制定合理的财务公开政策，最后的结果可能和传统订阅模式一样，围绕学术交流的财务透明度不足，会阻碍基于证据的政策的制定，使研究人员、决策者和学术机构对

OA 专著出版新模型的意义一概不知。

5.3 ORL 是否涉嫌垄断

ORL 的最主要创新性有两点:①让 OA 出版物的学术评价数据变得准确;②节省出版社和图书馆的资金交易和管理成本。但是,ORL 采取的锁定用户和投资者的网络营销方式,存在质疑。

首先,对于出版社采取锁定用户的排他性的销售模式。ORL 规定:除非本协议另有规定,否则在本协议的有效期内,出版社同意使用 ORL,并且不得以任何其他身份来推广和销售其产品。这种销售方式对于 OA 出版社的主要影响有两点:①出版社被迫依靠单一平台 ORL 与图书馆进行交互,降低其他平台/服务出现的能力;②希望与平台中涉及的任何出版社进行合作的图书馆,要么自己成为平台的一部分,要么与每个出版社再建立一对一的关系,增加图书馆和出版社的资金成本。排他性合同是网络平台常用来作为垄断和支配整个行业的一种商业策略(例如,游戏平台试图与游戏开发商建立独家合同,每一个希望玩游戏的网友都只能在该游戏平台进行操作,Apple 要求用户必须通过 iOS 操作系统才能使用专属的应用程序),ORL 的排他性销售模式可以快速、有效地建立对图书馆和 OA 出版社的独家控制权,也就可以维持更高的价格利润,损害微小出版社的发展空间。

其次,对于图书馆采取锁定投资者的三年期合同的服务模式。ORL 以三年期合同让图书馆购买 ORL 平台,以换取诸如个性化使用统计和提供定制 MARC 记录等服务。这种企图通过尽早建立市场势力、在将来主导 OA 专著出版市场的服务方式,会让依靠图书馆经费的竞争对手陷于困境。

5.4 审核制度的思考

OBP 的出版审核制度是传统出版流程的网络化表现形式,图书馆只是其中的一个投资者(消费者)。KU 帮助图书馆从消费者演变成了出版界的重要创新者,提高了图书馆在学术出版领域的话语权。理论上,图书馆离读者最近,这种经营理念能够最大限度地满足读者和图书馆的需求,也能吸引更多图书馆的加入。但是,众筹和经济的紧密关系,让投资者为了众筹的成功,采取各种平衡性的考量思维,可能让难懂、需求较少、但有学术价值的孤本无法出版。另外,图书馆站在读者的视角,并非学术编辑的专业性眼光,就职业特性进行考量,学术编辑具有学术性、艺术性和创造性的特点[22],而这些是图书馆馆员不具备的,KU 摒弃编辑制度,转而由图书馆员决定众筹书单,没有专业出版专家的把关,也可能造成出版内容的偏差和出版质量的下降。

6 结语

IthakaS + R 在 2016 年的数据表明:传统出版视角下,一本 HSS 出版资金从 1 万美元到 12 万美元不等[23]。T. L. Reinsfelder 等[6]的数据表明:对于图书馆来说,OA 专著众筹出版比传统订阅模式更能减轻图书馆的财务负担,也能资助更多专著的出版。因此,众筹 OA 出版实验是一项有意义的活动。但是,需要警惕走传统订阅模式走过的老路。第一,众筹是一种通过网络分散经济风险的活动,OA 专著则带有明显的公益特点,经济和公益的矛盾性明显,营利性公司能否开展公益性文化产品的大量商业开发,图书馆是否获得了真正益处,这种开发是否损害了微小出版社的利益等,都需要从版权、法律和众筹经济等层面进行多方位考量;第二,文化产品是有国界限制的,HSS 学术专著具有本国文化特点,建议研究国内图书馆加入国外众筹项目的合理性问题,并讨论国内图书馆加入 ORL 的必要性、可行性和缺失性;第三,监管部门需要制定一些合理的财务公开政策,尤其需要众筹项目经营者提供公开透明的财务状况,探讨图书馆会员制度是否真正降低了经费,满足了读者的需求;第四,允许多种类型的竞争活动的存在,避免垄断,形成一个可持续发展、健康的 OA 专著出版市场;第五,众筹书单的选择需要专业化编辑和了解读者的图书馆之间的协作。

参考文献:

[1] Open Book Publishers. Open Book Publishers' statement on Knowledge Unlatched and the Open Research Library [EB/OL]. [2020-01-06]. https://blogs. openbookpublishers. com/open-book- publishers-statement-on-knowledge-unlatched-and-the-open-research-library/.

[2] DODDS F. The future of academic publishing: Revolution or evolution revisited [J]. Learned publishing, 2019, 32(4):345-354.

[3] SARA G, CATHY H, PETER P, et al. The state of open monographs: an analysis of the open access monograph landscape and its integration into the digital scholarly network [EB/OL]. [2020-04-25]. https://www. digital-science. com/resources/white-papers/the-state-of-open-monographs/.

[4] JANNEKE A. Towards a roadmap for open access monographs a knowledge exchange report [EB/OL]. [2020-08-27]. https://www. infodocket. com/2019/05/30/new-report-towards-a-road-map-for-open-access-monographs/.

[5] JOBMANN A, SCHNFELDER N. The transcript OPEN library political science model: a sustainable way into open access for E-Books in the humanities and social sciences [J]. Publications,

2019,7(3):55.
[6] REINSFELDER T L, PIKE C A. Using library funds to support open access publishing through crowdfunding: going beyond article processing charges[J]. Collection management, 2018, 43(7):1-12.
[7] CHRIS B. Crowdfunding for open access[J]. Serials review, 2018,44(2):138-141.
[8] 魏蕊,初景利.国外开放获取图书出版模式研究[J].图书情报工作,2013,57(11):12-18.
[9] 郑雯译,侯壮.国外人文社科学术图书开放出版模式研究[J].图书情报工作,2016,60(11):53-59.
[10] 隗静秋,隗玮.国外开放获取图书出版商业模式研究[J].科技与出版,2016(1):62-66.
[11] 李瑾,盛小平.利益视角下的学术图书开放获取出版模式研究[J].图书情报工作,2017,61(3):39-46.
[12] 朱本军,龙世彤,肖珑,等.图书开放获取模式及整合利用研究[J].大学图书馆学报,2015,33(5):26-31.
[13] 张建中,夏亚梅.Freemium出版:专著开放获取的未来[J].科技与出版,2018(8):118-121.
[14] 魏蕊.OAPEN学术专著开放获取研究与实践进展述评[J].图书情报工 作,2017,61(9):135-144.
[15] 宁圣红.学术图书开放获取新模式:Knowledge Unlatched[J].图书馆论坛,2015,35(7):14-20.
[16] 任翔.开放获取能否拯救学术专著出版?[J].出版广角,2013(23):20-22.
[17] 马瑞洁.众筹能否出版?——关于众筹出版的价值反思[J].编辑学刊,2015(3):16-20.
[18] 王慧,徐丽芳.Unglue.it:众筹出版界的理想主义者[J].出版参考,2014(28):19-20.
[19] Open Book Publishers. Introducing data to the Open Access Debate: OBP's business model (Part Three)[EB/OL]. [2020-04-01]. https://blogs.openbookpublishers.com/introducing-data-to-the-open-access-debate-obps-business-model-part-three/.
[20] Open Book Publishers. The cost of Open Access Books: a publisher writes[EB/OL]. [2020-08-28]. https://blogs.openbookpublishers.com/the-cost-of-open-access-books-a-publisher-writes/.
[21] LAWSON S, GRAY J. Opening the black box of scholarly communication funding: a public data infrastructure for financial flows in academic publishing[J]. Open library of humanities, 2016(2):1-35.
[22] 杨霞.被误读的学术编辑——兼谈学术编辑的职业特性[J].科技与出版,2018(8):44-47.
[23] MARON N, SCHMELZINGER K, MULHERN C, et al. The costs of publishing monographs: toward a transparent methodology[EB/OL]. [2020-05-04]. https://sr.ithaka.org/wp-content/uploads/2016/02/SR_Report_Costs_Publishing_Monographs020516.pdf.

Development Status and Thinking of OA Publication of Humanities and Social Sciences Monographs
——Take Open Book Publishers and Knowledge Unlatched as Examples

Xu Zhiwei
Tianjin University of Technology Library, Tianjin 300384

Abstract: [**Purpose/significance**] Sort out the development status of the crowdfunding OA publications in the humanities and social sciences monographs, and discuss the problems caused by public welfare OA publications and crowdfunding business activities, in order to put forward valuable thoughts on the future academic monograph crowdfunding publications. [**Method/process**] From the three basic elements of initiators, investors and crowdfunding platforms, this paper sorted out the crowdfunding models of Open Book Publishers and Knowledge Unlatched, compared the similarities and differences, and discussed the problems caused by the competition between the two. [**Result/conclusion**] At present, the publication of academic monograph crowdfunding in European and American countries is roughly divided into three modes: colleges, crowdfunders, and OA publishing houses. Knowledge Unlatched is a crowdfunder who expects to obtain revenue through the high-quality service of the library. Open Book Publishers uses the Internet to conduct crowdfunding publishing OA Press. Both of them belong to the competitive relationship between large commercial companies and non-profit OA Press, and they are worthy of high attention in the commercial development of OA publications, financial transparency, monopoly sales model and audit system.

Keywords: crowdfunding publishing　humanities and social sciences monographs　Open Book Publishers　Knowledge Unlatched　universities/colleges　open access publisher　crowdfunders